

RINGKASAN EKSEKUTIF

Yang menjadi latar belakang kelompok dalam membangun bisnis Sejiwa ialah minimnya lahan yang dapat dijadikan tempat tinggal di Indonesia sebagai *world's largest city*, terutama di Jakarta. Padatnya penduduk membuat tingkat tekanan hidup masyarakat di Jakarta menjadi tinggi, hal ini diperkuat dengan semakin minimnya lahan tempat tinggal yang tersedia di Ibu Kota. Tingginya tingkat stres dapat dikurangi dengan memiliki tumbuhan di dalam tempat tinggal.

Kelompok membuat sebuah produk *vertical garden* sebagai produk pertama yang kelompok luncurkan untuk menjawab masalah tersebut dan dikhususkan bagi individu yang tinggal di apartemen khususnya di daerah Jakarta Selatan. Dari faktor minimnya lahan, kelompok mendesain produk Sejiwa secara vertikal agar lebih efisien dalam penghematan ruang. Dilihat dari faktor vegetasi, yang pada umumnya ruang untuk menempatkan lahan hijau di apartemen sangat minim, kelompok menyediakan vegetasi alternatif dengan lahan yang dibuat secara vertikal.

Kelompok memfokuskan penjualan kepada konsumen berusia 25 - 55 tahun yang tinggal di apartemen Jakarta Selatan dan tergolong dalam kelas ekonomi *affluent* maupun *upper middle*. Kelompok melakukan penjualan secara *offline* dengan mengikuti pameran, bazar, maupun *event* yang berhubungan dengan industri *home decor*. Kelompok menggunakan media sosial sebagai atribut pemasaran Sejiwa. Kelompok sudah melakukan penjualan melalui *event* IndoBuildTech 2016 dan Creative Fest, kelompok juga mendapatkan penjualan melalui media *online*. Selama berjalannya bisnis Sejiwa, kelompok sudah berhasil menjual 17 unit produk.

EXECUTIVE SUMMARY

The lack of space that can build into residences in Indonesia as the world's largest city is what has become the background of Sejiwa, especially in Jakarta. The amount of people that is not balanced with the capability of land in Jakarta makes a high stress level and pressure for the people that live there. Basically, having plants in houses or your surroundings could reduce the amount of stress.

Sejiwa makes the vertical garden as the first product to be launched as the answer of the problem that people in Jakarta is facing, especially for people that lives in apartments located in Jakarta. To answer the problem of lack of space, Sejiwa designed their product vertically for more efficiency and space saving. As seen from the vegetation factor existing, which basically apartments have a minimum space to place plants, Sejiwa offers alternative vegetation with a vertical area.

Sejiwa is focusing their sales for customer ranging from 25 – 55 years old that lives in Jakarta's apartments and belong to the middle or middle upper class. Sejiwa make their sales offline from joining fairs, bazaar, and events that is related to home decor industry. Sejiwa uses social media as a marketing tool. Sejiwa has made sales through IndoBuildTech 2016 and Creative Fest event. Beside that, Sejiwa also made sales through online media. As far as Sejiwa has been running, Sejiwa has successfully sell 17 unit of products.